



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di jaman yang semakin modern ini, maka persaingan semakin kompetitif. Terlebih lagi dengan adanya Masyarakat Ekonomi Asia atau MEA, menjadikan pasar semakin luas dan batasan menjadi samar-samar antar negara. Hal ini mendorong setiap perusahaan harus sigap dalam menanggapi persaingan yang dinamis dari waktu ke waktu. Perusahaan yang tidak dapat tanggap dalam menanggapi keinginan dan kebutuhan konsumen maka tidak akan dapat eksis. Sebaliknya, perusahaan yang dapat menanggapi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan dapat selalu berhasil dan optimal dalam kesinambungan usahanya dan kinerjanya dapat optimal. Faktor penentu keberhasilan kinerja organisasi adalah kinerja karyawannya (Brahmasari, 2005). Maka dari itu setiap perusahaan harus menciptakan berbagai strategi tepat dan akurat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Maka jika kita fokus menciptakan paradigma baru kondisi pasar, yaitu perkembangan strategi bisnis perusahaan berubah dari product oriented menjadi customer centric.

Logistik bukanlah hal baru di dunia industri. Sepanjang sejarah, logistik telah digunakan untuk menyelesaikan berbagai jenis kebutuhan manusia dan mengangkutnya ke setiap bagian wilayah. Logistik memainkan peran penting dalam sistem industri. Maka dari itu dalam mencapai *competitive advantages*,

perusahaan harus dapat mengoptimalkan metode distribusi produknya dalam rangka mencapai efisiensi dalam inovasi produknya. Logistik merupakan salah satu unit penting dalam perekonomian perusahaan, karena kegiatan logistik merupakan kegiatan usaha yang membutuhkan banyak biaya. Logistik berperan penting dalam melakukan berbagai kegiatan operasional dan transaksi barang dan jasa perusahaan. Jika barang tidak dikirim dengan logistic yang benar maka tidak akan dapat sampai ke tempat tujuan tepat waktu maka dari itu logistic dapat dikatakan memegang peran sangat vital dalam rantai kegiatan rantai pasokan.

Meningkatnya minat masyarakat akan jasa pengiriman dan pengangkutan saat ini menjadikan munculnya berbagai perusahaan logistic atau pengiriman yang menyediakan jasa pengiriman dan pengangkutan dari gudang eksportir ke pelabuhan. Bertambahnya perusahaan jasa pengiriman dan pengangkutan membuat perusahaan PT. International Total Service & Logistik (ITL) harus melakukan upaya mempertahankan pelanggan lama dengan menerapkan pengelolaan hubungan dengan konsumen. Mempertahankan klien jauh lebih mudah daripada mencari klien baru (Ratnasari, 2011).

Proses distribusi yang dilakukan oleh perusahaan jasa seperti PT. International Total Service & Logistics (ITL) dapat dilakukan dengan menyediakan jasa transportasi sehingga kegiatan sosial dan ekonomi dapat dilakukan di masyarakat. Fungsi transportasi berperan dalam menunjang unsur-unsur kehidupan sehingga dapat terwujud kesejahteraan dan kemakmuran. Pentingnya transportasi meningkat pesat dengan meningkatnya globalisasi, sehingga konsumen atau masyarakat dapat

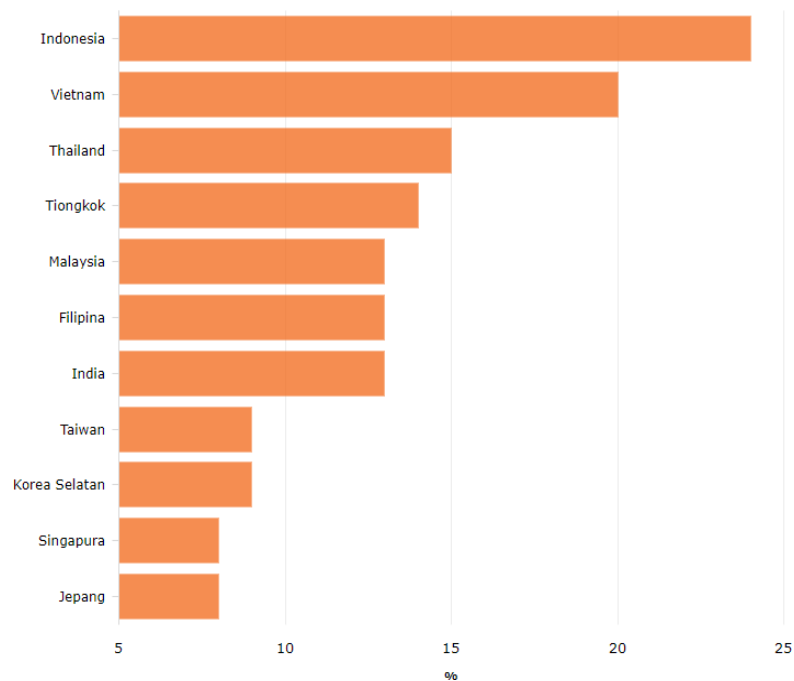
dengan mudah dalam melakukan pengiriman barang atau untuk transportasi pergi dari satu tempat ke tempat lain. Jasa transportasi dapat berupa truk, kereta api, kapal laut, pesawat terbang, dan lain-lain. Dalam konteks manajemen, fungsi penting dari jasa transportasi adalah untuk menentukan efisiensi pengadaan, produksi (manufaktur) dan pengelolaan hubungan pelanggan.

Definisi ini adalah permintaan atau berorientasi pada pelanggan bahwa kebutuhan dan persyaratan pelanggan memiliki keunggulan. Alternatifnya adalah dengan mengambil perspektif pasokan dan mendefinisikan produk dengan kriteria operasional seperti: kesamaan proses manufaktur, bahan baku, penampilan fisik, atau fungsi. Kriteria tersebut adalah dasar dari Klasifikasi Industri Standar (SIC) sistem-dan umumnya diterima secara luas karena tampaknya mudah diterapkan. Mereka mengarah ke definisi yang tampaknya stabil dan jelas, dan yang terpenting, melibatkan faktor-faktor yang sebagian besar dapat dikendalikan oleh perusahaan; menyiratkan bahwa definisi tersebut entah bagaimana dapat dikontrol sebagai dengan baik. Mereka juga membantu dalam mengidentifikasi potensi pesaing, karena kesamaan dalam manufaktur dan sistem distribusi. Kriteria berorientasi permintaan, di sisi lain, kurang akrab dan akibatnya tampak lebih sulit untuk diterapkan (sebagai akibatnya dari berbagai metode yang tersedia dan yang tak terelakkan masalah pengukuran empiris, kesalahan sampling, dan agregasi atas perbedaan pelanggan individu). Selain itu, definisi seperti itu mungkin kurang stabil waktu karena perubahan kebutuhan dan selera. Akhirnya, organisasi harus memulai program penelitian untuk menganalisis data dan informasi untuk

memantau perubahan daripada mengandalkan pemerintah atau pihak eksternal lainnya sumber untuk membuat informasi tersedia. Konsekuensinya paling sering adalah keputusan untuk menggunakan berorientasi pasokan tindakan meskipun penerapannya dipertanyakan dalam banyak keadaan (Day, 1979).

Hal ini menandakan bahwa transportasi layanan logistic akan menjadi rantai pasok dalam semua aktivitas perekonomian agar berjalan secara optimal. Di samping dapat menjadikan pergerakan produk, fungsi pelayanan transportasi dapat mengirimkan produk dari satu tempat ke tempat lain sesuai yang diinginkan pengirim dan penerima. Selain itu, dalam aktivitas transportasi banyak faktor yang harus diperhatikan, seperti: sumber daya keuangan, bahan bakar minyak, pemilihan kendaraan, modal investasi alat dan kendaraan.

Pembangunan koneksi yang akan dipromosikan harus meningkatkan daya saing Indonesia. Usaha yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka membangun infrastruktur dalam 4 tahun ini untuk dapat mengurangi *gap* di wilayah tersebut berjalan lancar. Berikut ini merupakan Biaya Logistik Terhadap Produk Domestik Asia pada tahun 2021:



**Gambar 1.1 Biaya Logistik Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Di Asia pada tahun 2021**

Sumber:

<https://katadata.co.id/muchamadnafi/berita/605320824b275/kembangkan-ekosistem-logistik-luhut-yang-menghalangi-kitabuldozer>

Perkembangan sektor logistik Indonesia memerlukan perlindungan hukum yang kuat. Sinkronisasi antara peraturan dan hukum di Indonesia masih rendah, peraturan dan perundang-undangan harus disiapkan dalam perspektif logistik sehingga tidak ada tumpang tindih dalam pelaksanaannya dan sebagai arahan yang jelas bagi pembangunan logistik dimasa depan. Perlu adanya perbandingan antara peraturan dan perundang-undangan yang dimiliki dengan peraturan negara lain

sesuai dengan kebutuhan. Untuk peraturan dan realisasi hukum, penegakan diperlukan agar hukum dan peraturan dapat dilaksanakan secara efektif.

Berdasarkan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa bahwa Indonesia menjadi negara yang biaya logistik terhadap Produk Domestik Bruto nya tertinggi yaitu sebesar 24% , kemudian pada urutan kedua adalah Vietnam 20%, urutan ketiga adalah Thailand 15%, kemudian Tiongkok 14%, Malaysia 13%, Filipina 13%, India 13%, Taiwan 9%, Korea Selatan 9%, Singapura 8% dan Jepang 8% Menteri perhubungan menilai bahwa permasalahan biaya kinerja logistik nasional mengalami peningkatan akibat masih berada pada masa pandemi Covid-19.

Melihat data tersebut PT. International Total Service & Logistics memiliki dampak yang sangat penting terhadap perekonomian Indonesia, karena disaat pandemi semua aktivitas terbatas yang membuat banyak perusahaan yang mengalami kerugian. Dikarenakan pembatasan aktivitas masyarakat (PPKM) dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) sehingga perekonomian negara menjadi turun dikarenakan pandemic Covid-19. Tetapi aktivitas logistik tetap berjalan seperti biasanya hal tersebut dapat membuat perekonomian negara menjadi lebih baik.

Selama magang di PT. International Total Service & Logistics (ITL), penulis memiliki kesempatan untuk belajar cara membangun *customer relationship management* yang baik terhadap Client di divisi Marketing. Marketing PT. International Total Service & Logistics (ITL) bertanggung jawab untuk mencari client yang menggunakan agensi PT. International Total Service & Logistics (ITL)

agar dapat mencapai target dari perusahaan. Hal ini juga membuat kepala tim marketing untuk mencari tahu siapa saja client yang menggunakan agensi lain, serta coba untuk menghubungi client baru untuk mempromosikan jasa yang diberikan oleh PT. International Total Service & Logistics (ITL) dan selalu bersilaturahmi dengan client yang telah menggunakan agensi dari PT. International Total Service & Logistics (ITL) hal tersebut agar client terus menggunakan agensi dari PT. International Total Service & Logistics (ITL).

## **1.2. Maksud Dan Tujuan Kerja Magang**

### **1.2.1. Maksud Kerja Magang**

Maksud dari praktik kerja magang ini adalah untuk memenuhi penilaian mata kuliah *internship*, dengan bobot 4 sks, sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Selama magang di PT. International Total Service & Logistics (ITL), penulis memiliki kesempatan untuk belajar cara membangun *customer relationship management* yang baik terhadap Client di divisi Marketing. Selain itu penulis mengharapkan mendapatkan pengalaman dan menjadi sarana belajar bagi penulis untuk masuk ke dunia kerja nantinya.

### **1.2.2. Tujuan Kerja Magang**

Tujuan penulis melakukan kerja magang di perusahaan PT. International Total Service & Logistic adalah:



1. Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah magang dan menjadi syarat kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara
2. Menerapkan teori yang diajarkan dari Universitas Multimedia Nusantara ke dalam dunia kerja.
3. Memahami dinamika dunia kerja, serta ikut dalam melakukan proses kerja
4. Menambah pengalaman penulis dan koneksi agar kedepannya dapat berguna

### **1.3. Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

#### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilaksanakan sesuai dengan surat rekomendasi ijin kerja magang dari tanggal 17 Juni 2021 hingga 30 Oktober 2021

Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

Nama Perusahaan	: PT. International Total Service & Logistics
Bidang Usaha	: Logistics Agency
Waktu Pelaksaan	: 17 Juni 2021 – 30 Oktober 2021
Hari Kerja	: Senin - Jumat
Waktu Kerja	: 8:30 – 17:00 WIB
Posisi Magang	: Marketing

Alamat : Prosperity Tower 11th Floor, Unit A & J District 8  
SCBD Lot 28, Jl Jend Sudirman Kav. 52-53, Jakarta Selatan

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum melakukann kerja magang, ada prosedur-prosedur yang perlu di lakukan oleh penulis. Berikut merupakan prosedur kerja magang yang dijalankan oleh penulis:

- A. Mencari lowongan kerja magang melalui sodara, teman dan internet
- B. Memberikan cv dan transkrip nilai sementara ke perusahaan/kantor
- C. Mendapatkan panggilan dari PT. International Total Service & Logistics untuk melakukan interview
- D. Tim marketing menjelaskan dan mengajari perkerjaan yang akan dilakukan penulis selama magang
- E. Memberikan surat keterangan magang dari kampus
- F. Melaksanakan kerja magang
- G. Membuat dan melengkapi formulir KM-01 – KM-06 dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat laporan magang
- H. Membuat laporan magang dan melakukan revisi sesuai dengan arahan dosen pembimbing
- I. Melakukan sidang kerja magang

